

Membuka Warung Kopi Kekinian

M Ari Wibowo^{1,2*} dan Jamaaluddin¹

1Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Jl. Raya Gelam 250, Sidoarjo

2Program Studi Teknik Elektro, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Jl. Raya Gelam 250, Sidoarjo

*ariwibowo919@gmail.com

Abstrak. Ketidakseimbangan antara pencari kerja dengan lowongan pekerjaan sehingga membuat tingkat pengangguran menjadi tinggi. Hal ini dapat membuat manusia memiliki ide-ide kreatif dalam berfikir untuk membuat sebuah usaha guna memenuhi kebutuhan kehidupannya. Namun modal yang terbatas dapat menghambat seseorang dalam mewujudkan impian usahanya, salah satu usaha yang dapat dimulai sebagai usaha dengan modal yang terbatas adalah dengan membuka warung kopi masa kini dengan tema kekinian yang menyediakan kopi dengan penyajian yang nyentrik dan camilan yang unik dan enak .

Kata kunci : kopi , krdai kopi, warung kopi

1. Pendahuluan

Ketidakseimbangan pencari kerja dengan lapangan pekerjaan yang tersedia, serta tingginya tingkat korupsi di Indonesia menimbulkan pemikiran bagi pemerintah untuk mengatasinya. Sesuai dengan nilai nilai yang terkandung dalam pendidikan Kewirausahaan, pemerintah berusaha untuk mengarahkan masyarakat Indonesia dari “mencari pekerjaan” menjadi “menciptakan lapangan pekerjaan” serta mencegah adanya korupsi. Bila masyarakat sudah memahami dan menjalankan nilai nilai kewirausahaan , secara tidak langsung tingkat korupsi pun akan menurun karena masyarakat sudah mandiri dan tidak lagi tergantung kepada pemerintah dalam memenuhi kebutuhan hidup. Perguruan tinggi merupakan salah satu dari wadah bagi pemerintah untuk menumbuhkembangkan pembentukan karakter mahasiswa serta perguruan[1]

peluang dan selalu terbuka untuk setiap masukan dan perubahan yang positif yang mampu membawa bisnis terus bertumbuh. Bisnis sebaiknya memiliki nilai dan bermanfaat dimana hal ini bisa dilakukan melalui penerapan konsep kewirausahaan sosial. Berbagai kalangan mulai memperbincangkan konsep kewirausahaan sosial sebagai solusi inovatif dalam menyelesaikan permasalahan sosial.. Tujuan kewirausahaan sosial adalah terwujudnya perubahan sosial ke arah yang lebih baik atau positif dan memecahkan masalah sosial untuk kepentingan masyarakat [2]

Dalam mengantisipasi kesulitan usaha kecil dengan melakukan studi empiris tentang semangat kewirausahaan, nilai-nilai wirausaha, dan penilaian perilaku wirausaha yang dapat mempengaruhi realisasi upaya kemandirian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh semangat kewirausahaan dan nilai-nilai kewirausahaan terhadap perilaku wirausaha untuk menciptakan kemandirian bisnis. Sampel kami dari 125 pemilik usaha kecil terdiri dari 45 pemilik usaha batik Pekalongan, 42 produsen kecil makanan khas Malang (Batu), dan 38 pemilik usaha keramik dari Kasongan Bantul Yogyakarta. Kami menggunakan analisis jalur Structural Equation Modeling (SEM) untuk menganalisis tanggal kami. Temuan menunjukkan bahwa semangat kewirausahaan memiliki pengaruh positif langsung pada perilaku kewirausahaan dan efek tidak langsung positif pada kemandirian bisnis. Selanjutnya, nilai-nilai kewirausahaan memiliki dampak langsung pada perilaku kewirausahaan[3]

Survei yang dilakukan terhadap 332 siswa dari tiga universitas berbeda di tiga negara berbeda (Indonesia, Jepang dan Norwegia) menunjukkan bahwa niat kewirausahaan di antara para siswa dan faktor-faktor yang memengaruhi berbeda di berbagai negara. Tujuan utamanya adalah untuk membandingkan dampak dari konteks ekonomi dan budaya yang berbeda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efikasi diri mempengaruhi niat kewirausahaan di kalangan pelajar Indonesia dan Norwegia. Kesiapan instrumental dan pengalaman kerja menjadi faktor kunci yang mempengaruhi niat kewirausahaan di kalangan siswa Norwegia. Latar belakang pendidikan menjadi faktor kunci yang mempengaruhi niat kewirausahaan di kalangan siswa Indonesia, di arah yang berlawanan. Kebutuhan akan prestasi, usia dan jenis kelamin tidak memiliki dampak yang signifikan secara statistik. Namun, mereka hanya menjelaskan 28,2%, 14,2% dan 24,8% (R^2) dari total varian niat kewirausahaan masing-masing untuk Indonesia, Jepang dan Norwegia. Studi ini diharapkan menjadi masukan bagi perguruan tinggi, lembaga pemerintah dan pembuat kebijakan sehingga dapat merangsang dan mendorong semangat kewirausahaan[4]

2. Warung Kopi Kekinian

Kopi adalah minuman yang relatif muda yang baru diketahui sejak abad ke-17. Kopi awalnya dikonsumsi oleh aristokrasi, dan telah berkembang sejak awal abad ke-20 menjadi salah satu minuman paling populer di dunia dan sekarang menjadi bagian dari rutinitas dan gaya hidup kita sehari-hari. Ini juga merupakan sumber pendapatan utama bagi banyak Negara sebagai penghasil kopi dan merupakan sektor bisnis yang signifikan di negara-negara konsumen. Kemenangan minuman ini mungkin didorong oleh berbagai faktor, tetapi tidak ada keraguan bahwa rasanya yang unik adalah alasan utama keberhasilannya yang luar biasa. Di sini kita akan meninjau pengetahuan saat ini tentang aroma kopi dari perspektif kimia dan analitik dan menguraikan tren masa depan. Dipercayai bahwa sebagian besar senyawa aroma kopi telah diidentifikasi dan diukur. Namun sedikit yang dipahami tentang

bagaimana senyawa aroma ini dihasilkan dari prekursor kopi hijau selama pemanggangan. Definisi sebenarnya dari aroma kopi yang baru dipanggang dan / atau diseduh sangat sulit dipahami dan beberapa senyawa aroma mulai menurun saat mereka terbentuk. Selanjutnya, penelitian tentang perbedaan antarindividu dalam sensasi dan persepsi aroma kopi masih dalam masa pertumbuhan. Setelah meninjau pengetahuan kami saat ini tentang senyawa aroma kopi, kami akan menguraikan perkembangan terbaru dalam analisis diselesaikan waktu di tiga bidang: 1. Pembentukan aroma selama pemanggangan 2. Ekstraksi aroma selama persiapan espresso dan 3. Pelepasan dalam mulut selama konsumsi. Akhirnya, kami akan membahas model prediksi untuk profil sensorik yang berasal dari pengukuran instrumental - mungkin grail suci ilmu aroma. [5]



Pertumbuhan usaha kedai kopi hingga akhir 2019 diprediksi mencapai 15%—20%, naik jika dibandingkan dengan 2018 yang hanya mencapai 8%—10%. Chairman Specialty Coffee Association of Indonesia (SCAI), Syafrudin mengatakan, saat ini kontribusi kedai kopi terhadap serapan kopi produksi dalam negeri mencapai 25%—30%. Angka tersebut diprediksi terus naik ke level 35%—40% pada akhir tahun ini. “Ini karena pada akhirnya jual seduhan kopi di kedai lebih asyik dan peminum kopi Indonesia lebih senang menikmati minuman kopi yang lebih enak di kedai kopi sambil melakukan kegiatan lain daripada kopi instant atau sachet dengan harga yang relatif terjangkau karena kedai-kedai kopi juga memasang tarif yang cukup kompetitif,” katanya kepada Bisnis.com[6]

Warung kopi mengalami perkembangan yang pesat bersamaan dengan penciptaan selera, hasrat, dan gaya hidup baru kelas menengah kota. Jika dulu minum kopi identik dengan orangtua, kini melalui berbagai iklan, kopi hadir sebagai minuman supermahal, identik dengan kemewahan dan gaya hidup kelas menengah. Dengan memilih Kota Tanjung Pandan dan Manggar di Pulau Belitung sebagai studi kasus, artikel ini mencoba melihat faktor-faktor kemunculan, perkembangan, fungsi warung kopi, dan peran komunitasnya dalam konteks politik dan ekonomi yang lebih luas. Dengan menggunakan metode penelitian sejarah, observasi langsung dan wawancara mendalam dengan pemilik dan pelanggan serta masyarakat sekitar warung kopi, penelitian ini memperlihatkan bahwa warung kopi tidak hanya sekedar sebuah usaha bisnis dan ruang publik yang memuaskan keinginan, hasrat pencandu kopi, tetapi adalah sebagai tempat membentuk komunitas, solidaritas dan saluran politik resistensi untuk memperjuangkan keadilan. Perkembangan ini berproses dan itu tidak dapat dipisahkan dari perkembangan ekonomi dan politik lokal/nasional.[7]

3. Daftar Pustaka

- [1] Hilyati Milla, "Pendidikan Kewirausahaan :," *Hilyati, Pendidik. Kewirausahaan*, 2010.
- [2] R. Saragih, "Membangun USAha Kreatif, Inovatif dan Bermanfaat melalui Penerapan Kewirausahaan Sosial," *J. Kewirausahaan*, 2017.
- [3] S. Sukirman, "Jiwa Kewirausahaan dan Nilai Kewirausahaan Meningkatkan Kemandirian Usaha melalui Perilaku Kewirausahaan," *J. Ekon. dan Bisnis*, 2017, doi: 10.24914/jeb.v20i1.318.
- [4] "INTENSI KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA: STUDI PERBANDINGAN ANTARA INDONESIA, JEPANG DAN NORWEGIA," *J. Ekon. Bisnis Indones. (Fakultas Ekon. dan Bisnis Univ. Gadjah Mada)*, 2008, doi: 10.22146/jieb.6316.
- [5] C. Yeretizian, "Coffee," in *Springer Handbooks*, 2017.
- [6] D. A. Zuhriyah, "Industri Kedai Kopi Ditaksir Tumbuh 20% Tahun Ini," *ekonomi.bisnis.com*, 2019. .
- [7] E. Erman, "DINAMIKA KOMUNITAS WARUNG KOPI DAN POLITIK RESISTENSI DI PULAU BELITUNG," *Masy. Indones.*, 2016, doi: 10.14203/jmi.v40i1.108.